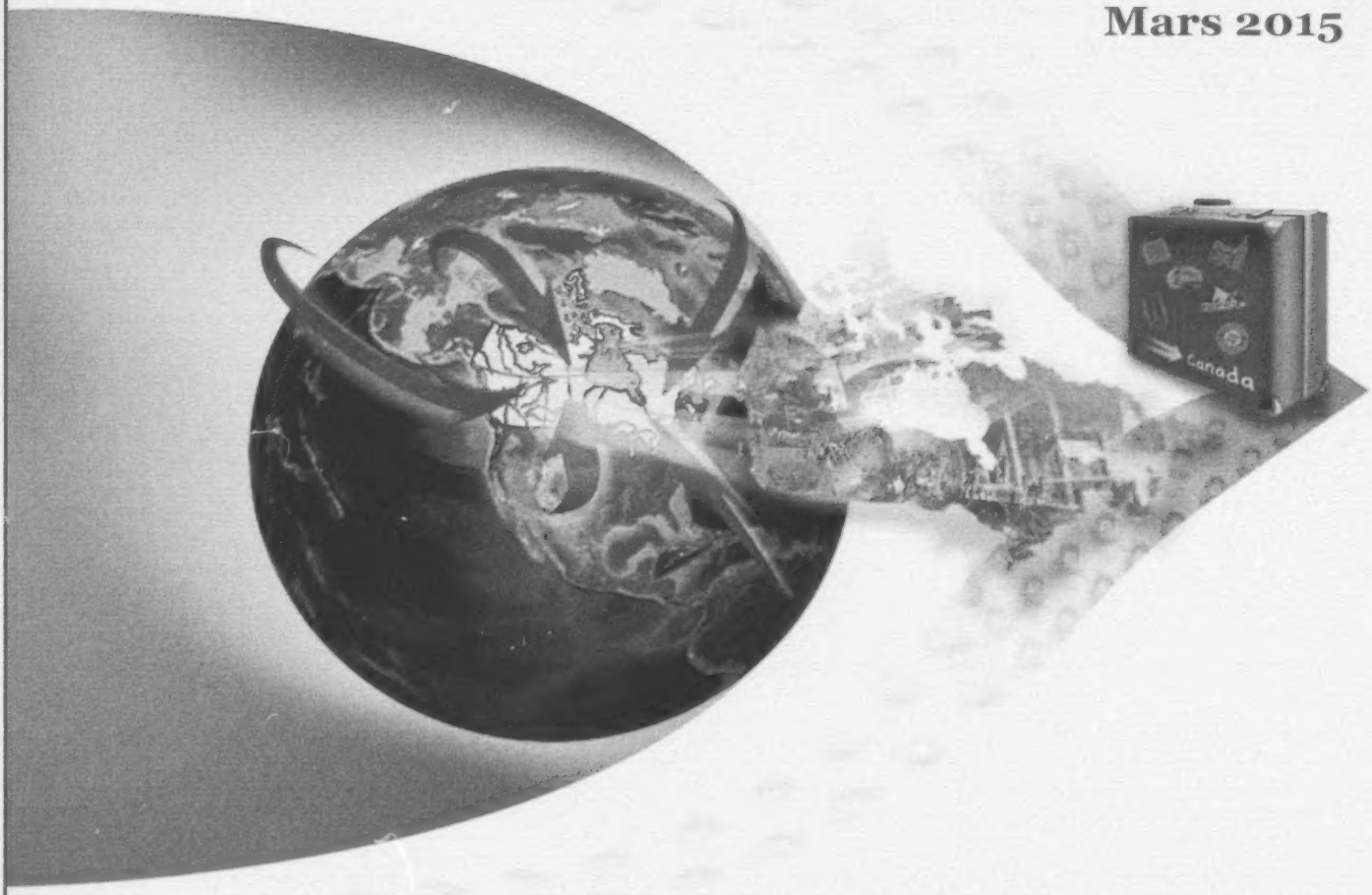
Industrie Canada Industry Canada

Canada

www.ic.gc.ca/recherchePME

Profil des PME : les industries touristiques au Canada

Mars 2015



Direction générale de la petite entreprise
Direction de la recherche et de l'analyse
Pierre-Olivier Bédard-Maltais

Cette publication est également offerte par voie électronique en version HTML prête à imprimer (www.ic.gc.ca/recherchePME/rapports).

Pour obtenir un exemplaire de cette publication ou un format substitut (Braille, gros caractères, etc.), veuillez remplir le formulaire de demande de publication ou communiquer avec le :

Centre de service Web
Industrie Canada
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Canada

Téléphone (sans frais au Canada) : 1-800-328-6189
Téléphone (Ottawa) : 613-954-5031
ATS (pour les personnes malentendantes seulement) : 1-866-694-8389
Les heures de bureau sont de 8 h 30 à 17 h (heure de l'Est).
Courriel : info@ic.gc.ca

Autorisation de reproduction
À moins d'indication contraire, l'information contenue dans cette publication peut être reproduite, en tout ou en partie et par quelque moyen que ce soit, sans frais et sans autre permission d'Industrie Canada, pourvu qu'une diligence raisonnable soit exercée afin d'assurer l'exactitude de l'information reproduite, qu'Industrie Canada soit mentionné comme organisme source et que la reproduction ne soit présentée ni comme une version officielle ni comme une copie ayant été faite en collaboration avec Industrie Canada ou avec son consentement.

Pour obtenir l'autorisation de reproduire l'information contenue dans cette publication à des fins commerciales, veuillez demander l'affranchissement du droit d'auteur de la Couronne ou communiquer avec le Centre de service Web dont les coordonnées se trouvent ci-dessus.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada,
représentée par le ministre de l'Industrie, 2015
N° de cat. Iu188-113/3-2015F-PDF
ISBN 978-0-660-23452-6

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

Aussi offert en anglais sous le titre *SME Profile: Tourism Industries in Canada*, March 2015.

Remerciements

Le présent rapport a été produit en collaboration avec la Direction générale du tourisme d'Industrie Canada. L'auteur remercie Richard Archambault, Lucie Béland-O'Keefe, Derek Gowan et Laura Morin pour leurs commentaires et leurs suggestions fort utiles.

Résumé

Le présent rapport est une mise à jour du document *Profils de financement : Les petites et moyennes entreprises des industries touristiques* (Pierce, 2011). Il donne un aperçu des caractéristiques des entreprises, des caractéristiques des propriétaires et des récentes activités de financement des petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes œuvrant dans les industries touristiques comparativement à celles des autres industries. Le rapport compare à cette fin l'information relative à deux périodes distinctes, soit celles des conditions de crédit avant la récession – en utilisant les données de 2007 – et après la récession – en utilisant les données de 2011. Il s'agit donc du premier rapport sur le financement des PME des industries touristiques qui s'appuie sur des données postérieures à la récession.

Le rapport souligne l'importance des PME des industries touristiques pour l'économie canadienne – 99,9 % des entreprises de ces industries sont des PME. On trouvera ci-après une analyse détaillée des récentes activités de financement et d'innovation et du rendement financier.

Les faits saillants du rapport s'établissent comme suit :

- Les PME des industries touristiques sont généralement plus jeunes, de plus grande taille et davantage axées sur la croissance que celles des autres industries. En outre, la proportion d'entrepreneurs immigrants, issus de minorités visibles ou du sexe féminin est plus élevée dans les industries touristiques.
- L'augmentation du coût des intrants, l'intensification de la concurrence et l'instabilité de la demande sont les principaux défis auxquels se heurtent les propriétaires de PME des industries touristiques.
- Le financement personnel, le crédit obtenu auprès d'institutions financières (par exemple les banques à charte canadiennes) et le crédit-bail demeurent les trois principales sources de financement auxquelles ont recours les PME des industries touristiques. Toutefois, ces entreprises ont plus de difficulté à obtenir du financement auprès des banques à charte canadiennes – principales sources de financement externe pour les PME – que celles des autres industries.
- Le financement par emprunt constitue le type de financement le plus souvent demandé par les PME des industries touristiques et celles des autres industries. Toutefois, les entreprises des deux groupes ont plus de difficulté à obtenir ce type de financement que les autres types de financement à risque plus faible.
- Les PME des industries touristiques sont plus susceptibles de lancer des innovations de produit que celles des autres industries. Elles sont également plus susceptibles de voir ces innovations se traduire par une augmentation des ventes et une réduction des coûts.
- En moyenne, les petites entreprises des industries touristiques génèrent des revenus totaux plus élevés que celles des autres industries, mais leurs bénéfices moyens sont plus faibles en raison de leurs dépenses totales plus élevées.

1. Introduction

Les industries touristiques au Canada

Chaque année, le Canada accueille plus de 25 millions de visiteurs dont la durée du séjour varie de moins d'un jour à plusieurs nuitées. Près de 80 % des visites internationales au Canada sont attribuables aux voyageurs américains. Ces dernières années, les touristes canadiens ont alimenté la croissance des industries touristiques. La demande intérieure associée aux visiteurs canadiens représente environ 80 cents par dollar affecté aux produits et services touristiques au Canada[1].

Le tourisme joue un rôle vital au sein de l'économie canadienne : en 2013, il représentait plus de 33 milliards de dollars – soit près de 2 % – du produit intérieur brut du pays et près de 19 % des exportations de services. Le tourisme stimule des industries de services clés, notamment les services d'hébergement, les services de restauration, le transport des voyageurs, les loisirs et les divertissements, ainsi que les services de voyages. En 2013, les activités touristiques ont généré plus de 1,6 million d'emplois pour les Canadiens. Les petites et moyennes entreprises (PME) canadiennes constituent le moteur du tourisme au pays, puisque 99,9 % des entreprises de ces industries sont des PME.

L'accès au financement est l'un des principaux facteurs influant sur la croissance des PME. Dans de nombreux cas, ces entreprises ont de la difficulté à obtenir le financement dont elles ont besoin pour acquérir des actifs, régler les dépenses courantes ou conquérir de nouveaux marchés. L'obtention de financement peut s'avérer particulièrement difficile pour les PME des industries touristiques, car les institutions financières considèrent parfois qu'elles présentent un risque relativement élevé par rapport aux PME des autres industries.

Compte tenu de l'importance du financement pour le succès et la croissance d'une entreprise, ce rapport examine les activités de financement des PME des industries touristiques et fait état de leurs besoins et des obstacles auxquels elles se heurtent à cet égard. Ce rapport est une mise à jour du document *Profils de financement : Les petites et moyennes entreprises des industries touristiques* (Pierce, 2011). Il donne un aperçu des caractéristiques des entreprises, des caractéristiques des propriétaires ainsi que des récentes activités de financement des PME canadiennes des industries touristiques comparativement à celles des autres industries. Il s'appuie sur les données de l'*Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises* (2007) et de l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* (2011) de Statistique Canada. Le rapport met l'accent sur les résultats de l'enquête de 2011 et, dans la mesure du possible, établit des comparaisons avec ceux de l'enquête de 2007.

1. Commission canadienne du tourisme, *Veille touristique mondiale – Rapport sommaire 2013 sur le Canada.*

Source des données et définitions

Le présent rapport repose sur la base de données détaillée de l'*Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises* (2007) et de l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* (2011). L'enquête de Statistique Canada, menée en général tous les trois ans, évalue la demande et les sources de financement des PME canadiennes. La base de données contient de l'information sur le processus de demande de financement, le profil des entreprises et les caractéristiques démographiques des propriétaires de PME. Les échantillons représentatifs regroupent 10 218 répondants pour 2007 et 9 976 répondants pour 2011.

Pour les besoins du rapport, une PME est définie comme une entreprise qui compte de 1 à 499 employés rémunérés et dont les revenus annuels sont inférieurs à 50 millions de dollars. Sont exclus de cette population les entreprises sans salarié et les travailleurs indépendants, de même que les organismes à but non lucratif, les organisations gouvernementales, les écoles, les hôpitaux, les filiales, les coopératives ainsi que les sociétés de financement et de crédit-bail.

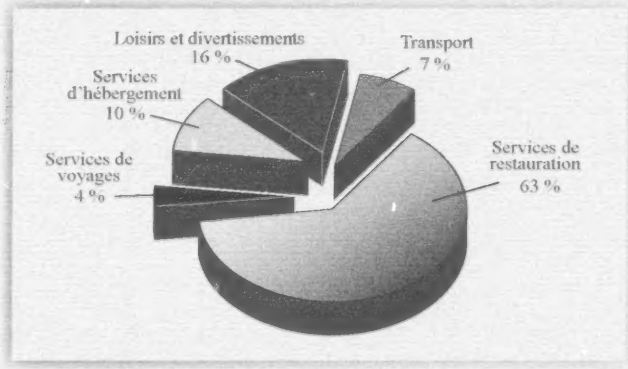
Une PME des industries touristiques est définie comme une entreprise qui répond aux critères susmentionnés et qui évolue dans les industries touristiques. On trouvera en annexe la liste des codes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) compris dans les industries touristiques, d'après la méthode élaborée pour le *Compte satellite du tourisme du Canada* (CSTC) de Statistique Canada. Selon le CSTC, les industries du tourisme « sont celles qui, en l'absence de tourisme, cesseraient d'exister ou continueraient d'exister mais à un niveau d'activité sensiblement réduit[2] ». Cela suppose qu'une entreprise touristique peut servir à la fois des touristes et des clients locaux, comme c'est le cas pour les restaurants et les hôtels. Il est à noter que, pour les besoins du présent rapport, en raison de la difficulté de mesurer la part de l'activité économique attribuable au tourisme, toutes les PME exerçant leurs activités dans les industries touristiques sont considérées comme des PME des industries touristiques à moins d'indication contraire.

En 2007, l'échantillon non pondéré se composait de 1 229 répondants des industries touristiques et de 8 989 répondants des autres industries. En 2011, l'échantillon comptait 698 répondants des industries touristiques et 9 278 répondants des autres industries. Ces observations ont été pondérées pour représenter l'économie dans son ensemble.

2. Répartition selon l'industrie

En 2013, 9 % du nombre estimatif de 1,2 million de PME avec salariés au Canada exerçaient leurs activités dans les industries touristiques. La majorité des PME des industries touristiques évoluaient dans l'industrie des services de restauration (63 %), venaient ensuite l'industrie des loisirs et des divertissements (16 %), celle de l'hébergement (10 %), celle du transport (7 %) et celle des services de voyages (4 %) (figure 1).

Figure 1 : Répartition des PME des industries touristiques selon l'industrie, 2013



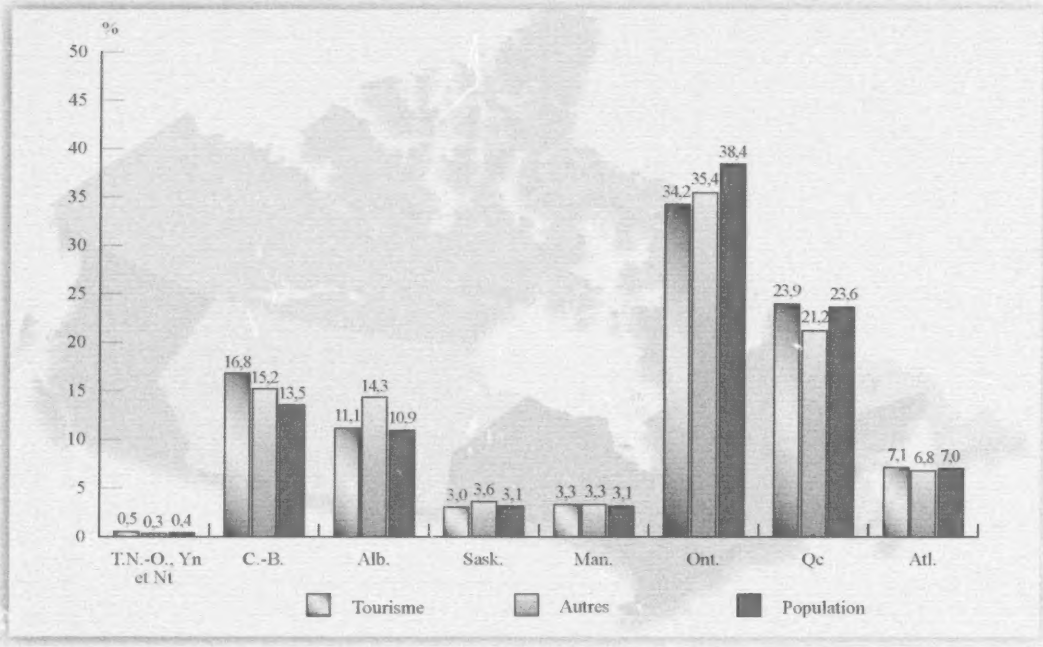
Source : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2013.

2. Statistique Canada, 2010.

3. Répartition géographique

Il y a des PME des industries touristiques en activité dans chaque province et territoire du Canada, et leur répartition géographique est à peu près proportionnelle à celle des PME des autres industries (figure 2). Les PME des industries touristiques sont concentrées au Québec (24 %) et en Ontario (34 %). Par ailleurs, la part des PME des industries touristiques en Colombie-Britannique et au Québec est supérieure à la part des PME des autres industries. L'Ontario est la seule province où la part de la population canadienne est supérieure à la part des PME des industries touristiques et à celle des PME des autres industries.

Figure 2 : Répartition régionale des PME des industries touristiques, 2013



Sources : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2013; et Statistique Canada, *Un coup d'œil sur le Canada 2013*.

Au Canada, les PME des industries touristiques sont surtout concentrées dans l'industrie des services de restauration (63,4 %), la proportion variant entre 54,9 % dans la région de l'Atlantique et 68,0 % en Ontario (tableau 1). L'industrie des loisirs et des divertissements arrive au deuxième rang à 15,8 %, la proportion variant entre 14,0 % en Alberta et 18,2 % dans la région de l'Atlantique. De façon générale, c'est dans l'industrie des services de voyages que la part des PME des industries touristiques est la plus faible, et ce, dans chaque province et territoire sauf l'Ontario, où elle est légèrement plus élevée que dans l'industrie du transport.

Les PME des industries touristiques sont plus susceptibles d'exercer leurs activités en milieu rural que les PME des autres industries (1 sur 4, comparativement à 1 sur 5) (figure 3). Cela n'a rien d'étonnant, car plusieurs destinations et activités touristiques canadiennes offertes se trouvent à l'extérieur des zones urbaines (p. ex. les parcs nationaux, les parcs naturels, les parcs thématiques, les stations de ski, les terrains de golf, les spas, les camps de pêche et de chasse ou les terrains de camping)[3].

3. « L'industrie touristique canadienne bénéficie de points forts inhérents à son territoire même, par exemple la nature sauvage et les parcs naturels, qui sont de renommée mondiale. Cette reconnaissance de l'environnement naturel exceptionnel et des vastes étendues de zones inhabitées montagneuses ou parsemées de lacs donne une solide assise au tourisme environnemental et aux activités de plein air, quelle que soit la saison. » [TRADUCTION] Euromonitor International, *Tourism Attractions in Canada*, août 2013, p. 15.

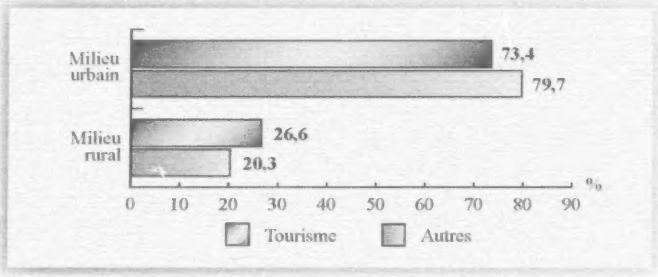
Tableau 1 : Répartition des PME des industries touristiques selon la région et l'industrie, 2013

	Transport (%)	Hébergement (%)	Services de restauration (%)	Loisirs et divertissements (%)	Services de voyages (%)
Canada	*6,4*	*10,1*	*63,4*	*15,8*	*4,3*
Atlantique	5,9	17,9	54,9	18,2	3,1
Québec	7,9	8,8	63,0	16,6	3,6
Ontario	4,4	7,5	68,0	15,2	4,9
Manitoba	11,2	13,2	55,5	16,9	3,2
Saskatchewan	5,0	18,5	57,5	16,0	3,0
Alberta	5,0	10,9	66,4	14,0	3,7
Colombie-Britannique	8,5	10,6	59,8	15,8	5,3
Territoires du Nord-Ouest, Yukon et Nunavut*	19,3	33,2	27,4	15,2	4,9

* Dans les territoires, les PME des industries touristiques servent davantage les clients locaux que les touristes en raison de la faible densité de population et des grandes distances entre les collectivités. C'est pourquoi il est impossible d'établir des comparaisons entre les statistiques se rapportant aux territoires et celles des autres régions. Ces statistiques sont présentées uniquement à titre indicatif.

Source : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2013.

Figure 3 : Répartition des PME des industries touristiques en milieu urbain et en milieu rural, 2011



Note : Les données en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

4. Emploi

Le *Module provincial-territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme* renferme des données sur l'emploi dans les industries touristiques et s'ajoute aux enquêtes de 2007 et de 2011 menées par Statistique Canada. Signalons que les données de ce module incluent tous les emplois au sein des entreprises de toute taille dans les industries touristiques, et non simplement les emplois au sein des PME qui reposent sur les activités touristiques.

Les industries touristiques ont généré plus de 1,6 million d'emplois pour les Canadiens en 2012[4], soit une hausse de 4,8 % par rapport à 2007 (tableau 2). Malgré cette augmentation, la part du tourisme dans l'emploi total est demeurée sensiblement la même au cours de la période, à environ 9,0 %. Dans l'ensemble, les industries touristiques ont obtenu un meilleur rendement que les autres industries au cours de la période allant de 2007 à 2012. Elles ont

4. Le *Module provincial-territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme*, 2012 de Statistique Canada (www.statcan.gc.ca/pub/13-604-m/13-604-m2014074-fra.htm) fait état de la grande diversité des emplois dans les industries touristiques.

été frappées moins durement par la récession de 2008 (diminution de l'emploi de 0,3 %) que les autres industries (diminution de 1,9 %). En outre, la reprise a été plus rapide dans les industries touristiques que dans le reste de l'économie puisque de 2009 à 2012, le nombre d'emplois y a augmenté de 4,7 % comparativement à 4,5 % pour l'ensemble des autres industries.

Au sein des industries touristiques, c'est l'industrie du transport qui a affiché la plus forte croissance de l'emploi (11,5 %) entre 2007 et 2012. Viennent ensuite les industries des services de voyages et des services de restauration (5,3 % chacune). L'emploi a augmenté de 4,9 % dans l'industrie de l'hébergement et a diminué de 2,2 % dans celle des loisirs et des divertissements.

Tableau 2 : Nombre d'emplois dans les industries touristiques et l'ensemble de l'économie (en milliers)[1], 2007 à 2012

							Variation en pourcentage[2]		
							Récession	Reprise	Dans l'ensemble
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2008-2009	2009-2012	2007-2012
Industries touristiques	1 544	1 551	1 547	1 573	1 595	1 619	-0,3	4,7	4,8
Autres industries	15 555	15 827	15 534	15 812	16 087	16 232	-1,9	4,5	4,4
Ensemble de l'économie	17 099	17 378	17 080	17 385	17 683	17 851	-1,7	4,5	4,4
Part du tourisme (%)	*9,0*	*8,9*	*9,1*	*9,0*	*9,0*	*9,1*			
Industries touristiques									
Transport	229	228	223	244	251	255	-2,0	14,4	11,5
Hébergement	189	195	185	194	198	198	-5,5	7,4	4,9
Services de restauration	801	800	804	812	822	843	0,6	4,8	5,3
Loisirs et divertissements	274	275	283	270	268	268	2,9	-5,2	-2,2
Services de voyages	52	53	52	53	55	54	-2,4	5,1	5,3

Note 1 : Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.
Note 2 : La variation en pourcentage a été établie à partir des chiffres non arrondis.

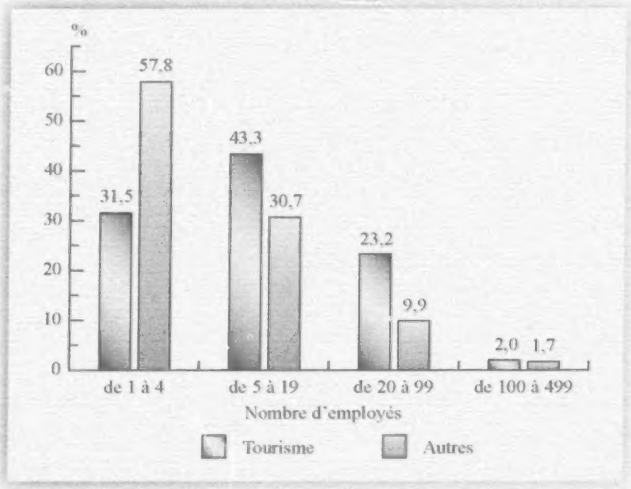
Sources : Statistique Canada, Tableaux supplémentaires du *Module provincial-territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme*, 2012; et calculs d'Industrie Canada.

5. Caractéristiques des entreprises

Taille des entreprises

La grande majorité (98 %) des PME des industries touristiques sont de petite taille (moins de 100 employés)[5]. La répartition selon la taille de ces entreprises diffère de celle des PME des autres industries; une majorité des PME des industries touristiques comptent entre 5 et 99 employés, tandis que la majorité de celles des autres industries en ont moins de cinq (figure 4).

Figure 4 : Répartition des PME des industries touristiques selon la taille (nombre d'employés), 2013



Source : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2013.

5. Comme en font état les *Principales statistiques relatives aux petites entreprises* d'Industrie Canada, août 2013, la majorité (98,2 % en 2012) des entreprises au Canada sont de petite ou moyenne taille.

La répartition des entreprises selon la taille varie également entre les différentes industries touristiques. Une grande part des PME des industries touristiques œuvrant dans les industries du transport et des services de voyages sont des micro-entreprises comptant moins de cinq employés (tableau 3). Plus des trois quarts des entreprises de l'industrie des services de restauration (75,1 %) font partie des catégories de 5 à 19 employés et de 20 à 99 employés. L'industrie du transport compte la proportion la plus élevée (4,4 %) de moyennes entreprises (de 100 à 499 employés).

Tableau 3 : Répartition des PME des industries touristiques selon l'industrie et la taille (nombre d'employés), 2013

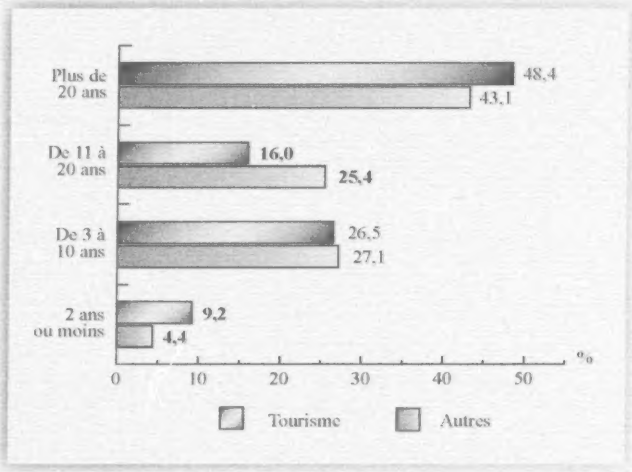
	Transport (%)	Hébergement (%)	Services de restauration (%)	Loisirs et divertissements (%)	Services de voyages (%)
De 1 à 4 employés	51,5	35,9	23,7	45,1	56,5
De 5 à 19 employés	29,4	36,6	48,6	33,8	36,0
De 20 à 99 employés	14,6	23,2	26,5	18,0	6,3
De 100 à 499 employés	4,4	4,2	1,2	3,2	1,2

Source : Statistique Canada, *Registre des entreprises*, 2013.

Âge des entreprises

D'après l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises* de 2011 menée par Statistique Canada, les PME des industries touristiques étaient plus jeunes, en moyenne, que celles des autres industries (figure 5). La proportion de PME ayant démarré leurs activités peu après la récession est deux fois plus élevée dans les industries touristiques que dans les autres industries (9,2 % comparativement à 4,4 %). Signalons que la proportion de PME en activité depuis 11 à 20 ans est significativement moins élevée dans les industries touristiques (16,0 %) que dans les autres industries (25,4 %).

Figure 5: Répartition des PME des industries touristiques selon l'âge, 2011



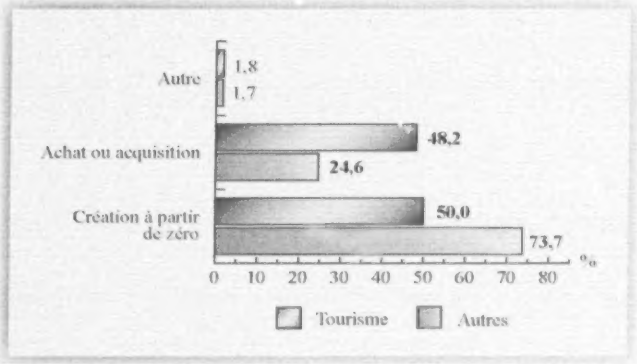
Note : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

Méthode de prise de possession

La proportion de propriétaires de PME qui ont acheté ou acquis leur entreprise est significativement plus élevée dans les industries touristiques que dans les autres industries (48,2 % comparativement à 24,6 %) (figure 6). Les propriétaires des PME du secteur de l'hébergement et des services de restauration font grimper les statistiques à cet égard, car 51,4 % ont acquis leur entreprise. Ces données semblent indiquer qu'une fois établies, les PME des industries touristiques changent de propriétaire plus souvent que les PME des autres industries. On pourrait aussi en déduire qu'il est plus facile d'acquérir ce type d'entreprise que d'en créer une à partir de zéro.

Figure 6 : Répartition des PME des industries touristiques selon la méthode de prise de possession, 2011



Note : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

6. Caractéristiques des propriétaires

Les enquêtes de 2007 et de 2011 menées par Statistique Canada révèlent des différences appréciables en ce qui a trait aux caractéristiques démographiques des entrepreneurs des industries touristiques par rapport à ceux des autres industries.

En 2007 et en 2011, la proportion de femmes entrepreneures était plus élevée parmi les PME des industries touristiques que celles des autres industries, même si une plus forte proportion de PME, toutes industries confondues, appartiennent majoritairement à des hommes (tableau 4). En 2007, il y avait deux fois plus de femmes qui étaient propriétaires majoritaires de leur entreprise dans les industries touristiques que dans les autres industries (30,0 % comparativement à 13,5 %). En 2011, le ratio était plus faible, puisque 21,3 % des PME des industries touristiques appartenaient majoritairement à des femmes entrepreneures comparativement à 14,9 % dans les autres industries.

La proportion de propriétaires immigrants[6] était plus élevée dans les PME des industries touristiques en 2011, tout comme la proportion de propriétaires issus de minorités visibles en 2007 et en 2011. En revanche, la proportion de propriétaires autochtones y était moins élevée en 2011, soit seulement 0,3 % pour les PME des industries touristiques comparativement à 1,7 % pour celles des autres industries.

La majorité des propriétaires de PME étaient âgés de 40 ans ou plus, quel que soit le groupe d'entreprises ou l'année de l'enquête. La majorité des propriétaires de PME ayant répondu au sondage de 2011 avaient en outre fait des études postsecondaires. Malgré ces données similaires au chapitre de l'âge et du niveau de scolarité, les propriétaires de PME des industries touristiques avaient moins d'expérience en gestion que leurs homologues des autres industries. En 2007, seulement 61,3 % des propriétaires de PME des industries touristiques possédaient plus de 10 ans d'expérience en gestion, comparativement à près des trois quarts (74 %) pour ceux des autres industries. On observe un écart similaire pour 2011, puisque 69,7 % des propriétaires de PME des industries touristiques comptaient plus de 10 ans d'expérience en gestion comparativement à 78,2 % pour ceux des autres industries.

6. En raison d'une modification apportée à la méthode d'enquête, on ne peut établir de comparaison entre les données de 2007 et de 2011 concernant le statut en matière d'immigration.

Tableau 4 : Caractéristiques des propriétaires, 2007 et 2011

Caractéristiques des propriétaires	2007		2011	
	PME des industries touristiques (%)	PME des autres industries (%)	PME des industries touristiques (%)	PME des autres industries (%)
Sexe				
Hommes propriétaires majoritaires	**49,3**	**69,2**	**59,1**	**67,2**
Femmes propriétaires majoritaires	**30,0**	**13,5**	**21,3**	**14,9**
Hommes et femmes propriétaires à parts égales	20,7	17,3	19,6	17,9
Antécédents				
Nouveaux immigrants (au Canada depuis cinq ans ou moins)	**4,2**	**2,2**	s.o.	s.o.
Immigrants (nés à l'étranger)	s.o.	s.o.	**32,0**	**20,5**
Membres de minorités visibles	**20,3**	**8,4**	**14,3**	**9,2**
Autochtones	3,2	2,4	**0,3**	**1,7**
Âge				
Moins de 40 ans	17,1	13,7	15,2	11,8
Études et expérience en gestion				
Études postsecondaires	s.o.	s.o.	61,8	67,2
Plus de 10 ans d'expérience en gestion	**61,3**	**74,0**	**69,7**	**78,2**

Notes : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %. « s.o. » indique que les données ne sont pas disponibles pour la période de référence.

Sources : Statistique Canada, *Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises*, 2007; et Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

7. Croissance

Les PME des industries touristiques ont affiché un meilleur rythme de croissance que les PME des autres industries. En 2011, la proportion d'entreprises n'ayant déclaré aucune croissance était significativement plus faible dans les industries touristiques (17,2 %) que dans les autres industries (22,6 %). Les PME des industries touristiques avaient également été plus nombreuses à déclarer une croissance de l'ordre de 1 à 10 % au cours des trois années précédentes que les autres PME (tableau 5). Elles se montraient par ailleurs plus optimistes quant à leur croissance future, une plus faible proportion d'entre elles prévoyant une décroissance (3,4 % comparativement à 7,0 % pour les PME des autres industries), tandis qu'une plus forte proportion prévoyait une croissance de l'ordre de 1 à 10 % (64,2 % des PME des industries touristiques comparativement à 55,2 % pour les PME des autres industries). Les résultats des deux groupes sont comparables en ce qui a trait à la proportion de propriétaires s'attendant à une forte croissance.

Tableau 5 : Croissance des revenus réelle et prévue, 2011

	PME des industries touristiques (%)	PME des autres industries (%)
Au cours des trois dernières années (2009-2011)		
Décroissance	14,4	16,3
Aucune croissance	**17,2**	**22,6**
Croissance de l'ordre de 1 à 10 %	**51,6**	**42,7**
Croissance de l'ordre de 11 à 20 %	8,9	10,7
Croissance supérieure à 20 %	7,9	7,7
Au cours des trois prochaines années (2012-2015)		
Décroissance	**3,4**	**7,0**
Aucune croissance	15,4	17,9
Croissance de l'ordre de 1 à 10 %	**64,2**	**55,2**
Croissance de l'ordre de 11 à 20 %	9,9	12,3
Croissance supérieure à 20 %	7,1	7,5

Note : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

Obstacles perçus à la croissance

Les entreprises des industries touristiques évoluent dans un environnement difficile : elles doivent s'adapter aux changements démographiques, aux aléas de la conjoncture économique et à l'évolution des goûts des touristes, en plus de devoir rivaliser avec de nouvelles offres dans un nombre croissant de destinations au pays et à l'étranger.

Les PME des industries touristiques comme celles des autres industries ont cité le plus souvent l'augmentation du coût des intrants comme l'obstacle externe à la croissance (81,2 % des PME des industries touristiques comparativement à 61,1 % des PME dans les autres industries), suivie de l'intensification de la concurrence et de l'instabilité de la demande (tableau 6). Fait intéressant, l'instabilité de la demande est le seul obstacle qui a été cité moins souvent par les PME des industries touristiques que par celles des autres industries (45,1 % comparativement à 53,0 %). Dans tous les autres cas, les PME des industries touristiques ont été plus enclines que celles des autres industries à percevoir les obstacles comme étant difficiles à surmonter. La pénurie de travailleurs ainsi que le recrutement et le maintien en fonction des employés sont des obstacles à la croissance souvent mentionnés pour les industries touristiques, en particulier dans l'industrie hôtelière et celle des services de restauration[7].

7. Association de l'industrie touristique du Canada, *Gateway to Growth, Travel & Tourism Labour Force Report*, 2014.

Tableau 6 : Obstacles perçus à la croissance, 2011

Obstacle		PME des industries touristiques (%)	PME des autres industries (%)
Obstacles externes	Pénurie de travailleurs	**43,6**	**31,8**
	Instabilité de la demande	**45,1**	**53,0**
	Obtention du financement	**21,8**	**16,2**
	Réglementation gouvernementale	**44,9**	**32,1**
	Augmentation du coût des intrants	**81,2**	**61,1**
	Intensification de la concurrence	**54,0**	**47,1**
	Autres obstacles externes	26,4	21,6
Obstacles internes	Gestion du niveau de la dette	**27,7**	**17,1**
	Maintien de rentrées de fonds suffisantes	39,7	36,9
	Surveillance insuffisante	18,8	16,0
	Connaissance insuffisante des concurrents ou des tendances du marché	14,3	13,1
	Trop de temps consacré aux opérations courantes	**47,7**	**37,3**
	Recrutement et maintien en fonction des employés	**53,9**	**37,2**
	Autres obstacles internes	9,9	9,3

Note : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %.

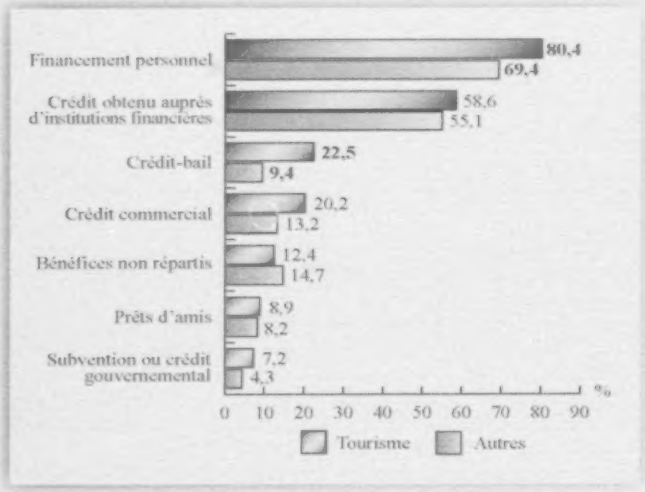
Sources : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

8. Structure du capital

Le financement joue un rôle important dans la croissance et le développement d'une entreprise. L'enquête menée en 2007 par Statistique Canada coïncidait avec la fin d'une période de croissance, amorcée en 1992-1993, qui était caractérisée par un environnement de crédit favorable. En revanche, au moment de l'enquête de 2011, même si l'environnement de crédit était revenu à des conditions similaires à celles qui existaient avant la récession, les prêteurs demeuraient plus prudents lorsqu'il s'agissait d'accorder des prêts aux petites entreprises. Il est important de tenir compte de cette différence au moment d'analyser les résultats de l'enquête.

Les trois principales sources de financement utilisées par tous les propriétaires de PME en 2007 et en 2011 pour démarrer leur entreprise étaient le financement personnel, le crédit obtenu auprès d'institutions financières et le crédit-bail (figures 7 et 8). En 2007, la proportion de propriétaires de PME ayant eu recours au financement personnel et au crédit-bail était significativement plus élevée dans les industries touristiques que dans les autres industries. En outre, la proportion de propriétaires de PME qui avaient utilisé le crédit obtenu auprès d'institutions financières, le crédit-bail et une subvention ou un crédit gouvernemental était significativement plus élevée dans les industries touristiques en 2011.

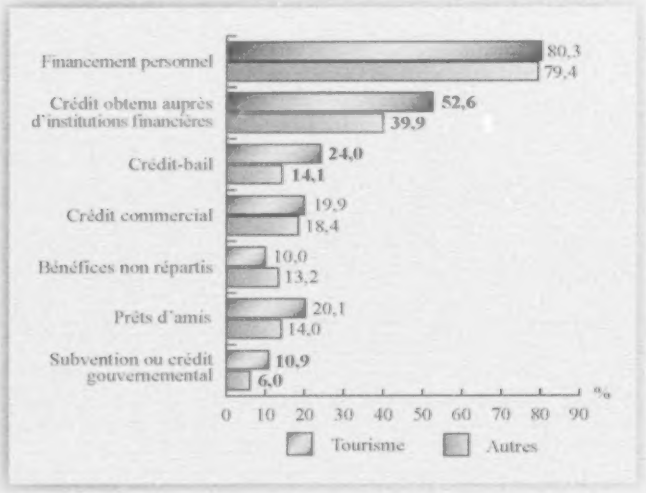
Figure 7 : Sept principales sources de financement utilisées au cours du démarrage, 2007



Note : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises*, 2007.

Figure 8 : Sept principales sources de financement utilisées au cours du démarrage, 2011



Note : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %.

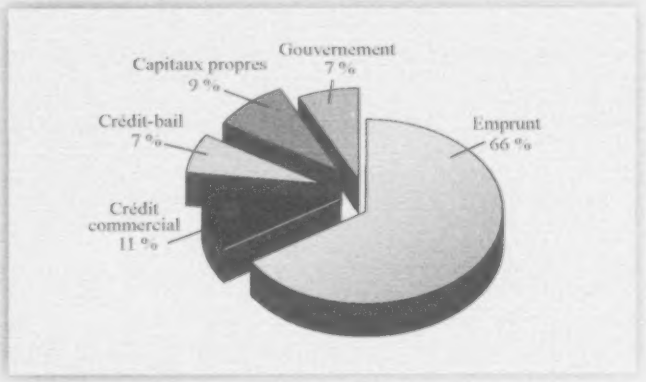
Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

9. Activités de financement

En ce qui a trait au montant de financement autorisé, le financement par emprunt est de loin la source de financement la plus importante pour les petites entreprises. En 2011, seulement le quart des PME ont demandé du financement par emprunt, mais cette source de financement représente les deux tiers (66 %) du financement externe total autorisé pour les PME (figure 9 et tableau 7).

Les entreprises touristiques et celles des autres industries ont recours aux mêmes types de financement. Le quart environ des PME ont demandé du financement par emprunt en 2011 (tableau 7), en hausse par rapport à 2007. Pour les autres types de financement, la demande a chuté entre 2007 et 2011, particulièrement celle pour le crédit commercial et le crédit-bail.

Figure 9 : Part des instruments de financement dans le financement total autorisé pour les PME, 2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

Tableau 7 : Types de financement demandés et approuvés, 2007 et 2011

	Type de financement	2007		2011	
		PME des industries touristiques (%)	PME des autres industries (%)	PME des industries touristiques (%)	PME des autres industries (%)
Taux de demande	Financement par emprunt	**12,2**	**16,7**	24,5	25,6
	Crédit-bail	16,3	20,5	6,8	6,9
	Crédit commercial	25,8	31,9	6,2	8,3
	Financement par capitaux propres	4,8	3,1	3,0	2,2
	Financement gouvernemental	10,7	9,3	3,8	3,6
Taux d'approbation	Financement par emprunt	93,5	95,4	86,1	88,5
	Crédit-bail	95,0	94,9	**100,0**	**97,1**
	Crédit commercial	99,6	99,0	**100,0**	**98,4**
	Financement par capitaux propres	–	80,6	–	77,7
	Financement gouvernemental	–	79,6	**99,9**	**81,8**

Notes : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %. Les données non fiables sur le financement par capitaux propres et le financement gouvernemental n'ont pas été publiées. Elles sont remplacées par le signe « – » dans le tableau.

Sources : Statistique Canada, *Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises*, 2007; et Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

Les demandes de financement par emprunt ont été plus nombreuses en 2011, mais les PME ont eu de la difficulté à obtenir ce type de financement. En moyenne, en 2011, toutes les demandes de crédit-bail, de crédit commercial et de financement gouvernemental présentées par les PME des industries touristiques ont été pleinement approuvées[8], par rapport à seulement 86,1 % des demandes de financement par emprunt. Les taux d'approbation sont similaires pour les PME des autres industries.

Un des facteurs influençant les taux d'approbation est le niveau de risque associé à chaque type de financement (voir l'encadré 1).

Encadré 1 : Le niveau de risque varie selon le type de financement externe

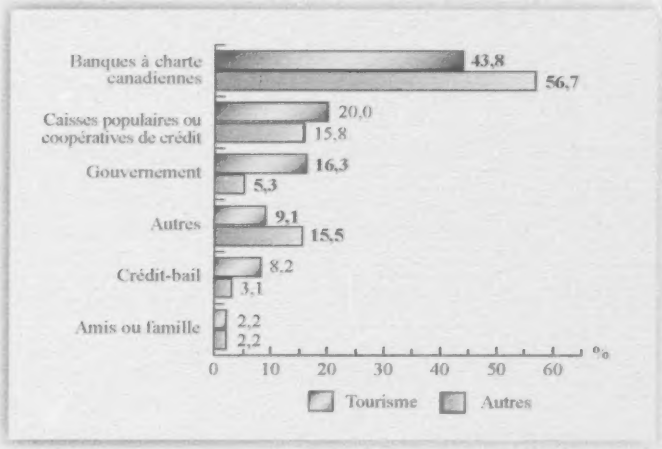
Comparativement au financement par emprunt ou par capitaux propres, le crédit commercial et le crédit-bail présentent un risque moindre pour le prêteur. Le crédit commercial sert souvent de source de financement à court terme aux entreprises : l'emprunteur convient de faire son achat immédiatement et de rembourser le prêteur dans un horizon de 30 à 60 jours. Le risque se trouve atténué, car le prêteur accorde ce type de crédit en se fondant sur son expérience avec l'emprunteur. Le risque associé au crédit-bail est également plus faible, car en cas de non-paiement, le prêteur peut saisir son bien puisqu'il en demeure propriétaire.

8. Pour l'établissement des taux d'approbation, aucune distinction n'a été faite entre les approbations totales et les approbations partielles. Autrement dit, une demande de financement a été considérée comme « approuvée » pour autant qu'un montant (pas nécessairement le plein montant demandé) ait été approuvé. Le montant de financement n'a pas été pris en considération, si bien que le même poids a été accordé à chaque demande de financement dans les calculs. Ainsi, une demande de 500 $ avait un poids égal à celui d'une demande de 50 000 $.

Principales sources de financement externe

Les principales sources de financement externe pour les PME des industries touristiques et celles des autres industries sont les banques à charte canadiennes (respectivement 43,8 % et 56,7 %) et les caisses populaires ou coopératives de crédit (figure 10). La proportion d'entreprises ayant fait appel aux banques à charte canadiennes et aux fournisseurs de financement "autres" comme principale source de fonds est significativement moins élevée parmi les PME des industries touristiques. Par ailleurs, ces PME ont été plus enclines que celles des autres industries à avoir recours aux institutions gouvernementales comme principale source de financement (16,3 % comparativement à 5,3 %) et plus nombreuses à obtenir l'approbation du financement (99,9 % comparativement à 81,8 %) (tableau 7).

Figure 10 : Principale source de financement externe, 2011



Notes : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %. Les données pour les sociétés de capital de risque, les banques étrangères ou les filiales de banques étrangères n'étaient pas disponibles.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

Les PME des industries touristiques comptent davantage sur le financement gouvernemental parce qu'elles exercent leurs activités dans des industries à risque plus élevé et qu'il leur arrive dès lors plus souvent de se voir refuser du financement par les banques à charte canadiennes. En fait, le risque est la principale raison pour laquelle les établissements de crédit hésitent à accorder des prêts aux PME du secteur de l'hébergement et des services de restauration[9, 10]. Par conséquent, les PME des industries touristiques se tournent davantage vers des institutions gouvernementales, par exemple la Banque de développement du Canada (voir l'encadré 2), pour obtenir du financement externe ou avoir accès à des garanties de prêts, par exemple dans le cadre du Programme de financement des petites entreprises du Canada (voir l'encadré 3).

9. Un peu moins des trois quarts (73,5 %) des PME des industries touristiques exercent leurs activités dans le secteur de l'hébergement et des services de restauration.
10. La principale raison donnée à 86,6 % des PME du secteur de l'hébergement et des services de restauration pour justifier le refus de leur demande de financement par emprunt était que leur projet était jugé trop risqué. Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

Encadré 2 : Banque de développement du Canada

La Banque de développement du Canada (BDC) a pour mission de contribuer à la création et au développement des entreprises canadiennes en leur offrant du financement, du capital de risque et des services de consultation, en portant une attention particulière aux PME.

Le financement de la BDC aide les entrepreneurs à innover, à faire croître leur entreprise au Canada et à l'étranger, à améliorer leur productivité et à renforcer leur avantage concurrentiel. Ce financement sert à diverses fins, notamment l'acquisition de biens immobiliers, le refinancement, le changement de propriétaire, le fonds de roulement, l'achat d'équipement ainsi que l'adoption des technologies de l'information et des communications.

Au cours de l'exercice 2013-2014, terminé en mars 2014, la BDC comptait 3 353 clients évoluant dans les industries touristiques. Les engagements financiers en cours auprès de ces clients atteignaient 2,6 milliards de dollars, soit environ 13 % du portefeuille de prêts et de garanties de la BDC en 2014.

Source : Banque de développement du Canada, *Coup d'œil sur BDC, 4e trimestre E2014.*

Encadré 3 : Programme de financement des petites entreprises du Canada

Le Programme de financement des petites entreprises du Canada (PFPEC) aide les petites entreprises à trouver les fonds dont elles ont besoin. Grâce à ce programme, le gouvernement du Canada permet aux petites entreprises d'obtenir plus facilement des prêts auprès d'institutions financières, car il partage les risques avec les prêteurs.

Les petites entreprises existantes ou en démarrage peuvent obtenir auprès de tout emprunteur un financement maximal de 500 000 $*, dont au plus 350 000 $ peuvent servir à financer l'achat ou l'amélioration de matériel neuf ou d'occasion ou à faire des améliorations locatives.

En 2012-2013, les institutions financières ont enregistré dans le cadre du PFPEC des prêts de 300,3 millions de dollars (33 % de la valeur totale des prêts du PFPEC) consentis à 1 546 petites entreprises du secteur de l'hébergement et des services de restauration. Ce secteur constitue le plus important utilisateur du programme**.

Pour en savoir plus, consultez le site Web www.ic.gc.ca/pfpec.

* Le 22 janvier 2015, le Premier ministre du Canada a annoncé des modifications au programme qui portent à 1 million de dollars le montant de prêt maximal offert aux emprunteurs qui souhaitent acquérir des biens immobiliers.

** Le secteur de l'hébergement et des services de restauration regroupe 73,5 % des PME des industries touristiques au Canada.

Source : Industrie Canada, *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada – Rapport annuel 2012-2013.*

Modalités de financement

Lorsque le prêteur considère qu'une entreprise présente un risque plus élevé, l'imposition de modalités de prêt moins favorables n'est pas inhabituelle. En 2007, la proportion d'entreprises contraintes de donner des garanties pour obtenir le crédit demandé était plus élevée parmi les PME des industries touristiques, mais les taux d'intérêt étaient similaires pour ces entreprises et les PME des autres industries (tableau 8).

L'accès au crédit a diminué considérablement au cours de la récession de 2008 et le resserrement du crédit s'est maintenu pendant plusieurs années. Les institutions

financières ont géré le risque en accordant moins de financement aux PME en général. Toutefois, les modalités se sont améliorées pour les PME des industries touristiques en 2011. La proportion d'entreprises tenues de fournir une garantie a alors été plus faible parmi les PME des industries touristiques que pour celles des autres industries (45,3 % comparativement à 67,3 %). Par ailleurs, les PME des deux groupes ont bénéficié de taux d'intérêt moins élevés en 2011.

Toujours en 2011, les PME des industries touristiques ont demandé moins de financement, en moyenne, et en ont obtenu moins qu'elles en avaient demandé. Ceci peut se constater en calculant le ratio du montant total de financement approuvé au financement demandé. Ce ratio est inférieur pour les PME des industries touristiques que pour les PME des autres industries en 2011, soit 85,0 % comparativement à 94,8 %, ce qui porte à croire que les PME des industries touristiques ont eu plus de difficulté que les autres à obtenir du financement par emprunt.

Tableau 8 : Modalités du financement par emprunt, 2007 et 2011

	2007		2011	
	Industries touristiques	Autres industries	Industries touristiques	Autres industries
Taux d'intérêt moyen (%)	7,3	7,3	6,3	6,8
Demande de garantie (%)	56,8	47,9	**45,3**	**67,3**
Financement moyen demandé	–	351 106 $	**136 589 $**	**189 285 $**
Financement moyen autorisé	–	323 060 $	**116 100 $**	**179 393 $**
Ratio du montant total de financement approuvé au financement demandé (%)	–	92,0	85,0	94,8

Notes : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %. Les données non fiables n'ont pas été publiées; elles sont remplacées par le signe « – » dans le tableau.

Sources : Statistique Canada, *Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises*, 2007; et Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

10. Innovation

Dans l'enquête de 2011, Statistique Canada a ajouté une série de questions sur les pratiques des PME en matière d'innovation. L'innovation stimule grandement la croissance des entreprises et améliore la productivité. Elle constitue un atout concurrentiel pour les PME et s'avère particulièrement importante pour fidéliser les clients ou en attirer de nouveaux, dans le contexte très concurrentiel des industries touristiques.

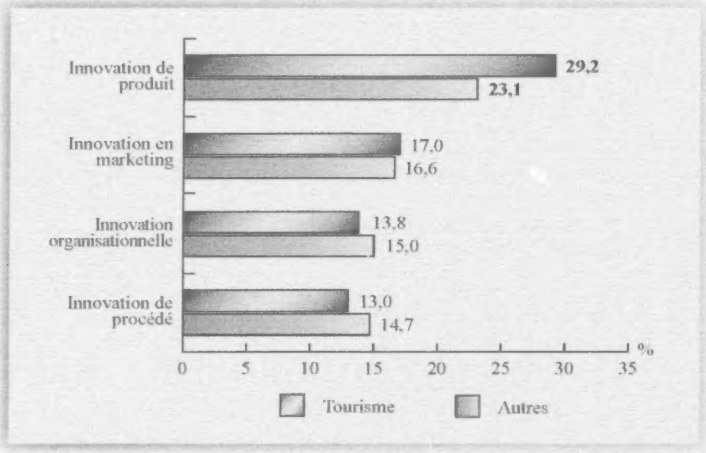
En 2011, environ quatre PME sur dix (39,5 % des PME des industries touristiques et 37,6 % des PME des autres industries) ont déclaré avoir lancé l'une des innovations suivantes au cours des trois années précédentes (2009-2011) :

- un bien ou un service nouveau ou considérablement amélioré (innovation de produit);
- une nouvelle façon de vendre les biens ou services (innovation en marketing);
- une nouvelle méthode organisationnelle dans les pratiques commerciales, l'organisation du lieu de travail ou les relations externes (innovation organisationnelle);
- une méthode ou un procédé de production nouveau ou considérablement amélioré (innovation de procédé).

Les innovateurs au sein des PME œuvrant tant dans les industries touristiques que dans les autres industries ont principalement créé ou lancé des biens ou des services nouveaux (innovations de produit) (figure 11), et la proportion d'entreprises qui ont lancé de nouveaux biens ou services est significativement plus élevée parmi les PME des industries touristiques que parmi celles des

autres industries (29,2 % comparativement à 23,1 %). Les innovations en marketing viennent au deuxième rang. Le marketing joue un rôle important dans le tourisme, car les PME doivent attirer des visiteurs au Canada pour connaître du succès. Reconnaissant l'importance du marketing pour les industries touristiques, la Commission canadienne du tourisme propose des boîtes à outils pour aider les PME des industries touristiques à promouvoir leurs produits et à tirer parti des possibilités du marché (voir l'encadré 4).

Figure 11 : Création ou lancement d'innovations entre 2009 et 2011



Note : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

Encadré 4 : Innovation canadienne importante dans les industries touristiques

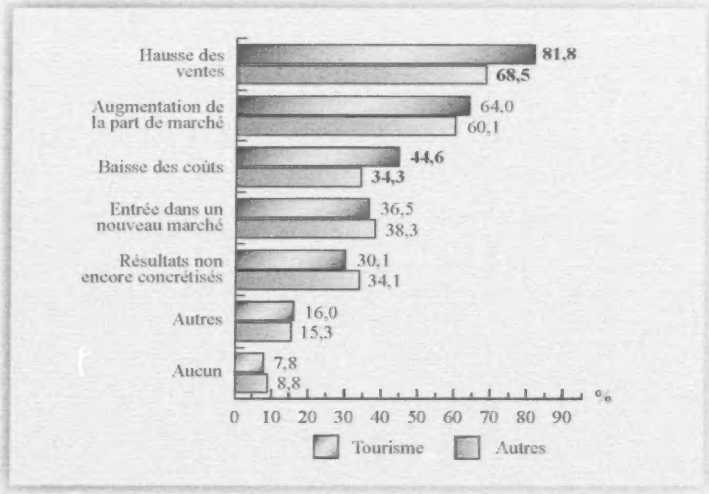
La Commission canadienne du tourisme propose des boîtes à outils pour aider les entreprises touristiques du pays à tirer pleinement parti des possibilités du marché.

Signalons que la Boîte à outils pour le Quotient explorateur (QE) est la ressource la plus utile et novatrice qui est à la disposition des petites entreprises touristiques. Elle les aide à comprendre la segmentation de leur marché par zone géographique et fournit des indicateurs démographiques et socioculturels clés se rapportant à leurs clients actuels et potentiels. Les entreprises peuvent utiliser cette boîte à outils pour élaborer une stratégie de marketing mieux ciblée et fondée sur des données probantes.

Pour en savoir plus, consultez le site Web de la Commission canadienne du tourisme (http://fr-corporate.canada.travel/ressources-industrie/Outils).

La majorité des innovateurs ont déclaré avoir augmenté leur part de marché grâce aux innovations. Toutefois, certains n'ont observé aucune amélioration pouvant être attribuée à leurs innovations (7,8 % des PME des industries touristiques et 8,8 % de celles des autres industries), alors qu'environ le tiers des innovateurs (30,1 % des PME des industries touristiques et 34,1 % des PME des autres industries) n'avaient pas encore obtenu de résultats découlant des innovations (figure 12). La proportion d'entreprises ayant déclaré une hausse des ventes et une baisse des coûts grâce à leurs innovations est significativement plus élevée parmi les PME des industries touristiques que celles des autres industries.

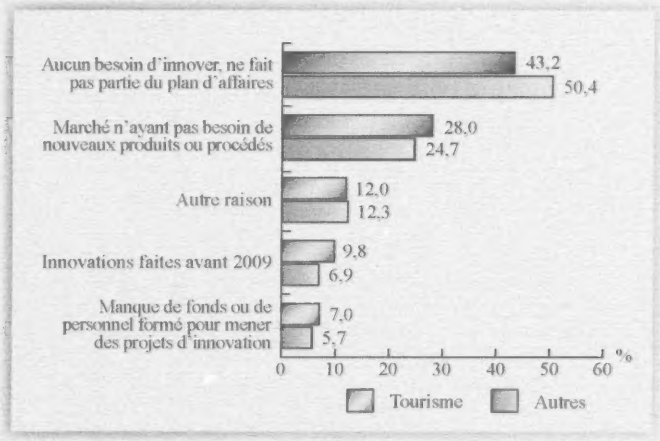
Figure 12 : Résultats du lancement d'une ou de plusieurs innovations, de 2009 à 2011



Note : Les valeurs en caractères gras indiquent une différence statistiquement significative au seuil de 5 %.

Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

Figure 13 : Raisons citées par les entreprises n'ayant pas innové, 2011



Source : Statistique Canada, *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011.

Parmi les entreprises n'ayant pas innové entre 2009 et 2011, sept PME des industries touristiques sur dix (71,2 %) ont déclaré que ce n'était pas nécessaire pour leur marché ou leur entreprise (figure 13). Les PME des industries touristiques ayant déjà innové par le passé représentaient environ le dixième (9,8 %) des entreprises ne faisant état d'aucune innovation, et quelques-unes (7,0 %) de ces PME voulaient innover, mais manquaient de ressources financières ou de personnel formé pour mener des projets d'innovation. Les PME des autres industries n'ayant pas innové ont cité des raisons similaires.

11. Rendement financier

La présente section du rapport examine le rendement financier des entreprises canadiennes dont les revenus annuels se situent entre 30 000 $ et 5 millions de dollars, selon les données de l'année complète la plus récente qui soit disponible. Signalons que dans cette section, la taille des entreprises est définie selon le critère des revenus bruts annuels et non celui du nombre d'employés comme c'est le cas dans les autres sections du rapport, car la seule source d'information financière accessible est celle contenue dans les *Profils des*

petites entreprises publiés par Statistique Canada[11]. Par conséquent, le nombre de petites entreprises en activité dans les industries touristiques selon la définition reposant sur les revenus est plus élevé que leur nombre déterminé en fonction du nombre d'employés (132 502 comparativement à 103 200)[12].

En moyenne, les petites entreprises des industries touristiques ont enregistré des revenus totaux plus élevés que ceux des petites entreprises des autres industries, mais leurs bénéfices moyens étaient inférieurs en raison de leurs dépenses totales plus élevées.

En 2011, les revenus moyens des petites entreprises des industries touristiques se sont chiffrés à 418 900 $, par rapport à 367 200 $ pour celles des autres industries (tableau 9). Toutefois, leurs bénéfices nets moyens n'étaient que de 22 800 $ comparativement à 48 600 $, en moyenne, pour les petites entreprises des autres industries. La proportion d'entreprises ayant enregistré des bénéfices en 2011 est moins élevée parmi les petites entreprises des industries touristiques que parmi celles des autres industries (75 % comparativement à 82 %) et leurs bénéfices nets moyens sont moins élevés (45 700 $ comparativement à 79 600 $). Par contre, les petites entreprises non rentables des industries touristiques ont déclaré une perte nette moyenne de 44 300 $ en 2011, comparativement à une perte nette moyenne de 89 700 $ pour celles des autres industries.

Tableau 9 : Petites entreprises rentables et non rentables[1], 2011

		Industries touristiques	Autres industries
Ensemble des entreprises	Nombre d'entreprises[2]	132 502	1 710 955
	Revenus totaux moyens	418 900 $	367 200 $
	Dépenses totales moyennes	396 200 $	318 700 $
	Bénéfices nets moyens	22 800 $	48 600 $
Entreprises rentables	Pourcentage	75	82
	Revenus totaux moyens	407 400 $	353 600 $
	Dépenses totales moyennes	361 800 $	274 000 $
	Bénéfices nets moyens	45 700 $	79 600 $
Entreprises non rentables	Pourcentage	25	18
	Revenus totaux moyens	452 700 $	427 500 $
	Dépenses totales moyennes	517 200 $	515 200 $
	Perte nette moyenne	-44 300 $	-89 700 $

Note 1 : Entreprises canadiennes dont les revenus annuels se situent entre 30 000 $ et 5 millions de dollars. Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Note 2 : Le nombre de petites entreprises est déterminé en fonction des revenus. Il diffère du nombre utilisé dans les autres sections du présent profil, où il est défini selon le critère du nombre d'emplois.

Sources : Statistique Canada, *Profils des petites entreprises*, 2011; et calculs d'Industrie Canada.

11. La taille d'une entreprise peut être définie de nombreuses façons. Le nombre d'employés est le critère utilisé le plus souvent à cette fin. Toutefois, lorsque cette information n'est pas connue, une bonne solution de rechange consiste à utiliser la valeur des ventes, des expéditions ou des revenus bruts ou nets. Source : Statistique Canada, *Profils des petites entreprises*, 2011.
12. La définition reposant sur les revenus bruts comprend les entreprises ne comptant aucun salarié et celles qui emploient plus de 500 salariés. Cependant les grands employeurs (par exemple les grandes chaînes d'hôtels ou sociétés de transport) sont exclus, car ils génèrent des revenus annuels supérieurs à 5 millions de dollars.

Parmi les petites entreprises des industries touristiques, celles des services de voyages et celles des loisirs et des divertissements ont enregistré les bénéfices nets moyens les plus élevés en 2011, soit respectivement 28 500 $ et 27 800 $ (tableau 10). Neuf petites entreprises sur dix étaient rentables dans l'industrie du transport (92 %, pourcentage le plus élevé pour l'ensemble des industries touristiques), mais ces entreprises rentables ont généré les bénéfices nets moyens les plus faibles (29 900 $). Par comparaison, dans l'industrie de l'hébergement, seulement les deux tiers des entreprises (66 %) ont généré des bénéfices, mais les bénéfices nets moyens étaient les plus élevés parmi les petites entreprises rentables des industries touristiques (70 500 $).

Tableau 10 : Petites entreprises rentables et non rentables selon l'industrie touristique[1], 2011

		Transport	Services de voyages	Loisirs et divertissements	Hébergement	Services de restauration
Ensemble des entreprises	Nombre d'entreprises[2]	25 663	6 224	35 004	12 860	52 751
	Revenus totaux moyens	160 300 $	567 600 $	246 900 $	490 400 $	623 900 $
	Dépenses totales moyennes	138 500 $	539 000 $	219 000 $	467 400	604 900 $
	Bénéfices nets moyens	21 900 $	28 500 $	27 800 $	23 100 $	19 000 $
Entreprises rentables	Pourcentage	92	78	80	66	64
	Revenus totaux moyens	140 200 $	517 800 $	222 600 $	523 700 $	702 200 $
	Dépenses totales moyennes	110 400 $	469 600 $	175 700 $	453 100 $	653 200 $
	Bénéfices nets moyens	29 900 $	48 300 $	46 900 $	70 500 $	49 100 $
Entreprises non rentables	Pourcentage	8	22	20	34	36
	Revenus totaux moyens	388 900 $	744 400 $	344 700 $	425 500 $	484 600 $
	Dépenses totales moyennes	458 100 $	786 000 $	393 600 $	495 000 $	518 900 $
	Perte nette moyenne	-69 200 $	-41 600 $	-48 900 $	-69 500 $	-34 300 $

Note 1 : Entreprises canadiennes dont les revenus annuels se chiffrent entre 30 000 $ et 5 millions de dollars. Les chiffres ayant été arrondis, leur somme peut ne pas correspondre aux totaux indiqués.

Note 2 : Le nombre de petites entreprises est déterminé en fonction des revenus. Il diffère du nombre utilisé dans les autres sections du présent profil, où il est défini selon le critère du nombre d'emplois.

Sources : Statistique Canada, *Profils des petites entreprises*, 2011; et calculs d'Industrie Canada.

12. Conclusion

Les industries touristiques sont à l'origine de près de 2 % du produit intérieur brut du Canada et ont généré plus de 1,6 million d'emplois pour les Canadiens en 2013. Les PME sont le moteur de ces industries : 99,9 % des entreprises touristiques sont des PME et environ 9 % des PME canadiennes exercent leurs activités dans les industries touristiques. Les industries touristiques ont obtenu un meilleur rendement que les autres industries durant la dernière récession économique et elles ont montré d'importants signes de reprise au cours des dernières années, affichant une croissance de l'emploi plus rapide que les autres industries. En 2011 – année la plus récente pour laquelle des données sont disponibles –, les trois quarts des petites entreprises touristiques ont généré des bénéfices et près de 70 % des propriétaires de PME des industries touristiques ont fait état d'une croissance de leur entreprise au cours des trois années précédentes.

Les fournisseurs de crédit considèrent que les PME des industries touristiques présentent un risque relativement élevé comparativement à celles des autres industries. Par rapport aux autres PME, elles ont plus de difficulté à obtenir du financement par emprunt. En outre, elles ont été moins enclines à avoir recours aux banques à charte canadiennes et davantage portées à faire appel à une institution gouvernementale comme principale source de financement externe.

En ce qui a trait à l'innovation, les PME des industries touristiques étaient plus susceptibles de lancer des biens ou des services nouveaux sur le marché que les PME des autres industries. Une proportion plus élevée de PME des industries touristiques ont bénéficié d'une hausse des ventes et d'une baisse des coûts grâce à leurs innovations.

En 2015, Statistique Canada mènera de nouveau l'*Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, ce qui permettra d'obtenir de l'information à jour sur les industries touristiques. En particulier, il sera intéressant de voir si l'adoption de nouvelles technologies et la croissance de l'économie coopérative (p. ex. Airbnb et Uber) se traduisent par la création d'un plus grand nombre d'entreprises ou par une innovation accrue. En outre, l'augmentation prévue de la demande dans les industries touristiques à l'approche du 150e anniversaire du Canada pourrait entraîner une hausse de la demande de financement.

Références

Association de l'industrie touristique du Canada. *Gateway to Growth, Travel & Tourism Labour Force Report*, 2014. http://tiac.travel/_Library/TIAC_Publications/TIAC_Travel_and_Tourism_Labour_Force_Report_FINAL.pdf (en anglais seulement)

Banque de développement du Canada. *Coup d'œil sur BDC, 4e trimestre E2014.*

Commission canadienne du tourisme. *QE : Quotient explorateur.* http://fr-corporate.canada.travel/ressources-industrie/Outils

Commission canadienne du tourisme. *Veille touristique mondiale : Rapport sommaire 2013 sur le Canada.* http://fr-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Research/Market-knowledge/Global-tourism-watch/Canada/gtw_summary_report_canada_2013_fr.pdf

Commission canadienne du tourisme. *Le tourisme, moteur de croissance du Canada : Résumé du plan d'entreprise 2014-2018*, 2014. http://fr-corporate.canada.travel/sites/default/files/pdf/Corporate_reports/cp_summary_2014-2018_-_june_9_f.pdf

Euromonitor International. *Tourism Attractions in Canada*, août 2013.

Industrie Canada. *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada – Rapport annuel 2012-2013.* www.ic.gc.ca/eic/site/csbfp-pfpec.nsf/fra/h_la03208.html

Industrie Canada. *Principales statistiques relatives aux petites entreprises – Août 2013.* www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/h_02800.html

Pierce, A. *Profils de financement : Les petites et moyennes entreprises des industries touristiques*, Industrie Canada, 2011. www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/h_02239.html

Statistique Canada. *Tableau 427-0005 – Nombre de voyageurs internationaux entrant ou revenant au Canada, selon la province d'entrée, désaisonnalisées, mensuel (personnes)*, CANSIM. www5.statcan.gc.ca/cansim/a26?id=4270005&pattern=&p2=-1&stByVal=1&p1=1&tabMode=dataTable&paSer=&csid=&retrLang=fra&lang=fra

Statistique Canada. *Enquête sur le financement des petites et moyennes entreprises*, 2007. Consulter le site www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/02152.html

Statistique Canada. *Comptes économiques nationaux : Tourisme*, 2010. www.statcan.gc.ca/nea-cen/gloss/tourism-tourisme-fra.htm

Statistique Canada. *Enquête sur le financement et la croissance des petites et moyennes entreprises*, 2011. Consulter le site www.ic.gc.ca/eic/site/061.nsf/fra/02775.html

Statistique Canada. *Profils des petites entreprises*, 2011. www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV_f.pl?Function=getSurvey&SDDS=5028

Statistique Canada. *Module provincial-territorial des ressources humaines du Compte satellite du tourisme*, 2012. www.statcan.gc.ca/pub/13-604-m/13-604-m2014074-fra.htm

Statistique Canada. *Registre des entreprises*, décembre 2013. www.statcan.gc.ca/fra/enquete/entreprise/1105

Statistique Canada. *Un coup d'œil sur le Canada 2013.* www.statcan.gc.ca/pub/12-581-x/12-581-x2013000-fra.htm?fpv=4017

Annexe

Tableau A : Codes du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) comprises dans les industries touristiques

SCIAN	Description
Transport aérien	
4811	Transport aérien régulier
4812	Transport aérien non régulier
Transport ferroviaire	
4821	Transport ferroviaire
Transport par eau	
4831	Transport hauturier, côtier et sur les Grands Lacs
4832	Transport sur les eaux intérieures
Transport par autobus	
4851	Services urbains de transport en commun
4852	Transport interurbain et rural par autocar
4854	Transport scolaire et transport d'employés par autobus
4855	Services d'autobus nolisés
4859	Autres services de transport en commun et de transport terrestre de voyageurs
Transport de tourisme et d'agrément	
4871	Transport terrestre de tourisme et d'agrément
4872	Transport par eau de tourisme et d'agrément
4879	Autres services de transport de tourisme et d'agrément
Taxi	
4853	Services de taxi et de limousine
Services de voyages	
5615	Services de préparation de voyages et de réservation

SCIAN	Description
Loisirs et divertissements	
51213	Présentation de films et de vidéos
7111	Compagnies d'arts d'interprétation
7112	Sports-spectacles
7115	Artistes, auteurs et interprètes indépendants
7121	Établissements du patrimoine
7131	Parcs d'attractions et salles de jeux électroniques
7132	Jeux de hasard et loteries
7139	Autres services de divertissement et de loisirs
Hôtels	
7211	Hébergement des voyageurs (sauf 721114 – Motels)
Motels	
721114	Motels
Camping	
721211	Parcs pour véhicules récréatifs (VR) et campings
Autres services d'hébergement	
721212	Camps de chasse et de pêche
721213	Camps récréatifs et de vacances (sauf de chasse et de pêche)
721198	Tous les autres services d'hébergement des voyageurs
Services de restauration	
7221	Restaurants à service complet
7222	Établissements de restauration à service restreint
7224	Débits de boissons alcoolisées